



QUALITEO

## GRANDE DISTRIBUTION Faire connaître les produits du Sud

Afin de mettre en valeur l'excellence des produits sous signes de qualité (AOP, IGP, label Rouge) de la Drôme, de l'Ardèche et de départements voisins, douze organisations professionnelles agricoles se sont regroupées pour engager différentes actions et se faire mieux connaître, notamment auprès de la grande distribution. Ainsi, un livret présentant ces produits a été conçu et édité. Il a ensuite été distribué à des responsables d'enseignes locales afin de les inciter à référencer dans leurs rayons: ail de la Drôme, châtaignes d'Ardèche, noix de Grenoble, olives noires et huile d'olive de Nyons...



ANTOINE P.

## FRUITS ET LÉGUMES « MOCHES » Paniers anti-gaspi aussi pour Monoprix

Monoprix se met au diapason d'autres enseignes comme Carrefour et Lidl entre autres, en proposant ses Petits paniers malins, des cartons de fruits et légumes « moches » à tout petits prix. Une démarche anti-gaspi à saluer qui donne aussi un bon coup de pouce au pouvoir d'achat des consommateurs puisque le panier est commercialisé à 3 € les 2 kg. Le déploiement de ce nouveau service est en marche. Il devrait être proposé très bientôt dans tous les magasins de l'enseigne.



LE MARCHÉ FUTÉ

## NOUVEAU MARCHÉ Le Petit Futé lance sa marketplace

Le guide Petit Futé prend position pour une alimentation plus saine avec sa nouvelle marketplace. [Lemarchefute.fr](http://Lemarchefute.fr) fait en effet la part belle aux produits autant qu'aux producteurs et propose aux consommateurs de faire leur marché en ligne, en restant au plus près des produits et en limitant au maximum les intermédiaires. On y trouve bien sûr des fruits et légumes, mais aussi de l'épicerie salée et sucrée, des boissons, de la charcuterie... [Lemarchefute.fr](http://Lemarchefute.fr) a sélectionné ses producteurs en fonction de quatre critères: qualité, authenticité, originalité et accessibilité.



DR

## ÉVÈNEMENT Demain la Terre partenaire de La Brigade

Demain la Terre a participé en tant que partenaire au lancement du film La Brigade, sorti le 17 mars dernier. L'histoire – qui montre le rôle social de l'alimentation et de la cuisine – a séduit les adhérents de Demain la Terre et, à cette occasion, l'association a, notamment, organisé un jeu concours pour le grand public avec un principe simple: comme le personnage GusGus du film, il s'agissait de retrouver la signification d'expressions liées à la cuisine et aux fruits et légumes. Plusieurs centaines de personnes y ont participé.



BIOCOOP

## OFFENSIVE Biocoop traque l'ultra- transformation



L'enseigne coopérative Biocoop s'engage contre l'ultra-transformation des produits alimentaires. Elle a désormais prévu de produire et de proposer à ses clients des aliments au plus proches de leur état brut. Pour cela, Biocoop s'est associée à l'indice Siga (score scientifique pour évaluer le niveau de transformation des aliments qui permet de choisir les aliments les plus simples, les plus naturels donc les moins transformés au sein de chaque catégorie de produits) pour concevoir ses produits à marque propre et reformuler les anciens. L'objectif est ambitieux pour 2022: zéro produit indice Siga 7 (produits les plus transformés).



COMPTOIRS DE LA BIO

## ENGAGEMENT CARITATIF Comptoirs de la bio pour le bien manger



Comptoirs de la bio continue de s'engager en faveur du bien manger accessible à tous avec l'inscription de ses marques exclusives, La Sélection des comptoirs, Mes Trésors bio et Papilles du monde au sein du Collectif 1 % pour la planète. Ainsi, 1 % du chiffre d'affaires généré par ces marques sera reversé à trois organisations: au collectif « Les Pieds dans le plat », lequel ambitionne de changer le monde par l'assiette en éduquant à une transition alimentaire biologique, saine et durable, à Bio Consom'acteurs et à l'association Terre et humanisme qui soutient les agriculteurs et la transition au bio.